

供电企业电力营销管理的现状与改进措施

郁可可¹ 曹康华²

1. 国网江苏省电力有限公司沭阳县供电分企业 江苏 沭阳 223600

2. 国网江苏省电力有限公司宿迁供电企业 江苏 宿迁 223800

摘要:现阶段,我国的综合实力正在显著提升,但供电企业做为我国的重点行业,却一直处在被动发展阶段,企业内部没有竞争活力,人们的工作热情与积极性也相对较弱。在国际竞争日益加剧的能源领域中,这一经营现状无法维持。企业为了长期经营必须进行变革,在体制上持续加以完善,在经营手段上持续创新。

关键词:供电企业;电力营销管理;现状与改进措施

1 电力市场营销新观念

市场营销观念对于供电企业进行电力营销有着巨大的影响,为此,供电企业必须树立新颖的观念,才可以提高电力市场营销水平。只有对电力市场营销新观念以及优质服务有了全新的认识,才可以更好的进行电力营销工作。总体来讲,电力市场营销新观念主要包括以下几点。第一,树立竞争意识与观念。近几年,各类新型能源层出不穷,这就导致供电企业之间以及供电企业与新型能源之间的竞争日益激烈。为此,供电企业应该树立市场竞争意识,密切关注国家关于重大产业结构的调整,对市场的形势作出深刻的判断,以便在激烈的市场竞争中立足。建立优质服务认识和观点,从某种意义上来说,产品和服务是供电企业转型的生命线,供电企业转型必须培养产品和服务意识^[1]。因此,供电企业转型需要加强对产品和服务的训练,协助企业培养产品质量和客户服务意识,同时,设立严格的产品质量和客户服务考核,提高对于供电企业转换电力市场的业绩考核,以便有效的开展供电企业市场营销服务。

2 供电企业电力营销管理的价值及原则

在供电系统改造中,供电公司要打破自身运行方式的束缚,以适应市场竞争,同时从经营的利益出发,全面改变公司的产品和运行方式,以此提升公司的运行水平。为实现可持续经营,供电公司已逐步地把电力运营效率作为当前关心的焦点课题,并将其融入到核心竞争力当中。就供电企业而言,电力企业的营销管理应当以市场需求为根本,在有效整合市场管理要求的基础上,将营销目标转变为服务顾客和满足市场的需求。在这一进程中,就必须把供电管理和运营纳入到市场营销的模板之中,从而使市场营销管理成为供电企业经营的核心并全面落实。

3 供电企业电力营销管理的重要性

实际上,电力营销是把电能作为某种产品加以宣

传、营销及其后续服务等商业行为和社会活动,由于电能营销的服务对象主要是广大供电用户,所以我们可以供求关系地认识到电力营销服务对象主要是广大供电用户,服务的中心思想就是解决广大用户的供电需要,以便于为用户提供安全可靠的供电产品和满意服务,从而实现了供电经营的目的。在供电企业中供电销售一直是非常重要的组成部分之一,但近些年来由于我国市场经济的发展,供电企业的市场竞争加大,市场供求也出现了一定程度的改变,同时各种各样新能源的出现也导致了人们对电力资源的需求量日益减少,所以作为供电公司只有更高效的开展供电经营管理,才能获得更多用户,从而提高供电公司的经营效益^[2]。而如今人们步入了信息时代,对供电企业的服务质量和效率都提出了更高的要求。所以供电企业应该根据企业的运营方式不断变革,提升营销管理水平和供电业务实力,以获得最大的用户认可,进而适应用户的各种要求,对于实现我国供电企业的现代化营销管理模式有着十分重大的意义。

4 电力市场营销中新观念的应用

4.1 智能化营销观念的应用

随着时代的进展,智能化也慢慢进入了人们的日常生活,所以在电力市场营销中,也必须加强适当的智能化。在此流程中,企业内部设置了一定的信息系统模块,并利用现代化的计算机技术对各个模块信息均实现了集中管理,而利用上述方式也能够有效提高了电力市场应用的信息系统自动化与效率程度。另外,国家供电企业在实际运营中,也应该意识到将电力市场营销信息化的重要意义,将其中的各种经营信息与资料进行集中化管理,不但能够极大地提高电力市场营销的实施质量,同时还可以提高电力市场营销的实施效率,达到提升电力市场营销信息智能化程度的目的。

4.2 优化服务意识观念的应用

良好的服务价值理念是电力市场营销中的基础理念,在此过程中,供电企业转变就需要树立起优质服务的价值观,进而建立起相应的产品价值理念,在执行的过程中,企业需要本着良好的市场操作理念来运作,并且通过整个流程才能够树立起市场价值的基本理念,从而提高了供电企业转变后在实际工作中产生的效益。此外,必须形成一定的评价制度,对他们的服务观念加以评价,增强服务质量的整体性。

4.3 竞争意识观念的应用

随着电力市场营销中的竞争越来越激烈,这就需要企业在电力市场营销的过程中,形成一定的竞争意识,提高供电企业的总体竞争质量^[3]。因此,在实际运营的过程中,对国家出台的有法规和行业调整进行重视,针对市场经济大环境,提出具体的电网营销战略,唯有如此才能进一步增强自身的竞争意识。

5 供电企业营销管理的现状

5.1 营销管理体制不健全

深受供电企业以往的传统体制的影响,现如今,对市场营销管理工作不注重成为很多供电企业的通病。不少企业由于规模小或者项目少,忽略了公司市场营销管理系统的建立。因为一些规模较大的供电公司由于长期使用固有的销售模式,而没有紧跟社会的发展,从而影响了对市场营销管理技术的合理运用。从而造成了供电公司无法运用最好的市场营销管理技术,市场营销管理技术人员不足或者流失。

5.2 营销管理的意识不充足

过去生产力不足,人们生产生活基本依赖于电能资源,再加上供电企业长期居于垄断地位,使得其竞争意识和风险意识淡薄,同时也削弱了对电网经营的管理意识。虽然随着时间进展,人们对电能资源提出了更高的要求,但许多电能企业仍然沿用了传统的电能经营管理模式,只考虑电能计费、电力分摊的基础方面,认识不到电力营销、促进经营、留住客户的重要性,而其实客户也应当是供电企业运作的基础,更不能忽视的就是客户层面。假如供电企业还不能意识到新型能源的投入风险、以及新兴市场的竞争挑战,那么被市场所抛弃便只是迟早的问题。另外,供电企业虽然重视对技术岗员工的技能培训,但却忽略了从事技能岗的员工所能获得的效果,往往招聘的员工并不具备相关的技能,从而造成供电企业的管理混乱。这就体现了供电公司电力管理的水平不够。

5.3 缺乏电力营销的概念,思想意识薄弱

根据现阶段我国供电企业的发展情况来看,很大的

供电企业关于电网产品的观念仍然相当模糊,而且在思想观念上不能产生足够的意识,供电企业在我国市场经济建设中处于关键地位,它的产品优劣也会直接影响着市民的生活和经营情况^[4]。目前我国供电企业在服务质量方面还不能取得显著进步,而向广大电力消费者提供服务的政府思想观念意识也较为淡漠,这将在很大程度上限制了我国供电企业的发展壮大。而居民能耗偏低也一直是我国当前所面临的难题,同时在市民日常生活中也更加注重于环保、节约以及资源的合理使用,这也就导致了当前的电力供应企业在对居民电力的监管上面面临着很大风险。

5.4 市场创新意识有待提高

许多供电企业的营销管理技术落后,专业程度不高。因此,企业所使用的基本技术资料不完整,对用户需求、心理预期等内容研究也不充分。但是,企业不能确切了解客户的具体生产能力状况和运行状况,同时也不能确切掌握客户所需要的产品能力的增加或减少。水电产品的开发尚处在初级阶段,对供电企业的开发也存在较大的限制,电力产品项目的实施也比较艰难。

5.5 市场营销人员缺乏

在一些地区的供电企业,营销管理人员总体的业务素质有限是供电企业的一个重要问题。因为供电企业的营销人员中有许多都没有进行过专门的市场营销管理的培训和对市场营销管理专业知识的训练,因为对营销管理的知识不多,所以专业素质也不高。随着我国市场经济的发展,部分供电企业的营销人员的技术构成也发生了变化。虽然部分企业已引进先进的经营管理技术,但多数人员的专业技能情况变化不大。加之供电企业对人才培养质量不够重视,因此也不能适时更换新的营销管理人员技术。

6 改进供电企业电力营销管理的有效措施

6.1 创新营销意识和理念

完善的市场营销意识和理念,对提高全国电网市场营销水平有着十分关键的意义,那么首先就必须对电网市场的营销意识与理念进行创新,以提高全体电网市场营销员工的素质,使员工们能够与企业一起共同进步,以便于更好地适应电网市场的变化和发展趋势。其次,在制定全新的电力营销管理模式时,工作人员要具有较强的市场竞争意识,和积极向上的工作态度,要发挥主观能动性,对工作态度不认真、缺乏积极作为的人员进行适时淘汰,并吸收部分综合素质更多的营销人才,同时和当前市场发展状况相互融合,从而设计出全新的营销方法。

6.2 应用数据云处理系统

企业的营销管理需要利用各种新型计算机技术, 所以为了营销管理工作能够顺利开展, 供电企业还必须建设企业网络系统, 使用整合营销管理工作需要的各种优秀营销管理数据资料, 并形成一套完善的数据体系。其次, 企业应该给予相应的技术保障, 建设运行管理信息云处理体系, 在运行管理上利用这种信息系统能够提高的运营水平, 促进企业的电网运行水平提高。

6.3 实现电力营销管理方式的变革

当企业的电力营销管理中使用了企业信息云系统以后, 就完成了对电力营销管理信息资料的获取, 企业就可以将自己的电力营销管理和外界的企业信息云系统之间实现了信息互动, 并由此扩大了企业电力营销管理信息沟通的渠道。而此种突破信息障碍的宣传手段也是企业形成统一的信息销售系统的重要途径, 由于以往的推广手段都是利用网络、广播、报纸、杂志等手段实现, 但这些宣传手段在现在具有着很多的弊端, 例如宣传费用过高、消息传递效率低下、盲目的推广宣传等, 其比较明显的问题就是: 由于以往的推广手段, 导致了用户始终只是片面接收产品的消息, 并不能反映出企业的实际情况, 而当产品信息出现问题时也无法进行解决。而通过媒体, 包括微博、微信公共平台等新型媒体的宣传方式也恰当的解决了这些问题, 这样不仅可以发布供电企业的视频、照片、资料等信息, 用户也可以采用留言的方式和电力宣传机构进行沟通与互动, 以增强传播作用、增加传播效果, 推动社会的交易。

6.4 建立电力市场营销新理念, 实行高质服务

在社会主义市场经济发展的促进和带动下, 供电企业应当创新供电营销方法, 设计一个能够满足需求, 并有活力的电力市场营销手段^[5]。而供电企业的全部生产经营活动都必须以电力市场营销手段为基础, 并将电力市场营销事业置于整个电力行业的重要地位上。所以电力营销需要有市场定位, 需要以社会市场环境为导向。同时, 电力企业转型在实践中需要注重与消费者之间的连接和交流, 这就意味着电力企业转型需要努力提高企业的服务质量, 以最优秀的企业价值观为依据, 以努力提升本地的经营环境为宗旨, 通过与地方及其相关主管部

门的沟通和协调, 并得到了地方的相关支持保障措施, 意在尽力推动自身的经济产业提升以及科学技术的提升。在地方政府及有关主管部门的帮助下通过政府的职能效应, 努力做好电力资源的替代计划, 从而达到电力在终端电力市场中的份额的进一步增加。扩大普及就需要大力推广, 在进行电源安全性的相关推广的时候要保证电源的稳定使用, 这是推广的最低要求。

6.5 加强培训, 提高电力营销人员的综合素质

首先必须建立科学的培养方法, 将重心放到培养电力营销人员技术知识方面, 以便大幅度提高电力营销人员的专业知识技术水平。其次, 做好销售人员的思想素质教育, 帮助员工培养良好的文化与业务能力, 使员工具备爱岗敬业的精神。最后, 要建立健全的人才激励机制, 增加电力营销人员高技术人才的比例, 加强电力营销人员的素质培养, 提升电力营销人员的整体素养, 对专业电力营销人员进行大力培养, 他们要具有较高的专业知识素养和知识水平, 熟练掌握管理、规划和法规专业知识, 以便提升其市场营销水平。

结束语

综上所述, 目前用电服务已深入到了社会生产与生活的各个方面, 要想进一步改善用户的使用体验, 就必须设法提升供电企业的服务水平, 并全面进行营销管理, 同时根据企业本身的实际状况合理开展供电营销管理, 创新营销意识与观念, 合理运用信息云管理技术, 以此提升供电营销水平, 推动电力产业的长远稳健发展。

参考文献

- [1] 匡莎莉. 新时期供电企业电力营销管理不足及改进措施[J]. 现代经济信息, 2019(10):136.
- [2] 陈建强. 关于供电企业营销管理问题探析[J]. 科技创新与应用, 2014(19):185.
- [3] 李俊平. 供电企业电力营销现状及改进措施分析[J]. 我国新技术新产品, 2016(19):114-115.
- [4] 徐佳. 供电企业电力营销策略浅析[J]. 电子制作, 2014(21):82.
- [5] 王晓亮. 关于供电企业电力营销管理策略与实施措施的探讨[J]. 企业改革与管理 2017(16):22-23